

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP WOM MELALUI KEPUASAN PADA PT. SARANA DEWATA COURIER

**Ni Luh Nyoman Yuni Anita¹
Gede Bayu Rahanatha²**

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
email : yunianita234@gmail.com / telp : +62 81 805 311 699

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia

ABSTRAK

Pertumbuhan bisnis dibidang jasa titipan kilat di kota Denpasar yang semakin meningkat menciptakan persaingan yang ketat, maka untuk dapat bertahan dan memenangkan pelanggan perusahaan dituntut untuk mengoptimalkan kualitas pelayanan dan memuaskan pelanggannya, sehingga dapat menciptakan *word of mouth* sebagai pemasaran yang efektif yang menguntungkan bagi perusahaan. Penelitian ini dilakukan di kota Denpasar, sampel yang diambil sebanyak 130 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Metode analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Model* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara langsung maupun tidak langsung kualitas pelayanan berpengaruh terhadap *word of mouth* melalui kepuasan pelanggan pada PT. Sarana Dewata Courier Denpasar.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, *Word of Mouth*

ABSTRACT

The increase of business growth in the field of express courier services in Denpasar, createan intense competition. To be able to survive and win the customers, the company must be able to provide services that make their customers satisfy, thus will create word of mouth as an effective marketing profitable for the company. This research was conducted in Denpasar, the sample conclude 130 respondents and taken using purposive sampling method. Data then collected using questionnaires. This study use Structural Equation Model (SEM) as the analysis method. The results showed that the service quality affect word of mouth directly and indirectly through customer satisfaction at PT. Sarana Dewata Courier Denpasar.

Keywords : Service Quality, Customer Satisfaction, *Word of Mouth*

PENDAHULUAN

Transportasi memiliki peranan yang sangat penting dalam aktivitas perekonomian, salah satunya adalah sebagai sarana untuk memperlancar arus distribusi barang. Bali merupakan salah satu daerah destinasi pariwisata yang diminati oleh wisatawan domestik maupun internasional. Kota Denpasar sebagai ibukota provinsi Bali yang jumlah penduduknya mencapai 3.890.757 jiwa (Bali dalam Angka, 2013), menjadikan kota Denpasar sebagai salah satu kota dengan mobilitas cukup tinggi. Pesatnya laju pertumbuhan penduduk mengakibatkan semakin meningkatnya pola konsumsi masyarakat sehingga berdampak terhadap arus distribusi barang dan memberikan peluang besar bagi perkembangan perusahaan - perusahaan jasa yang bergerak dibidang jasa titipan kilat. Pertumbuhan bisnis di bidang jasa ekspedisi atau titipan kilat di kota Denpasar yang semakin meningkat tentu menciptakan persaingan yang ketat, oleh sebab itu perusahaan dituntut untuk mengotimalkan kualitas pelayanan dan memuaskan pelanggannya, sehingga dapat menciptakan *word of mouth* sebagai pemasaran yang efektif dengan biaya yang relatif rendah seperti yang diungkapkan Kertajaya (2006) yaitu *word of mouth* sebagai media komunikasi dan informasi yang efektif sehingga akan lebih dipercaya pelanggan yang berdampak terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan.

Kualitas pelayanan sangat penting untuk meningkatkan profitabilitas dan kesuksesan bagi suatu perusahaan. Perusahaan yang berorientasi menjadi *service bussiness* berharap untuk selalu dapat memberikan pelayanan yang berkualitas bagi pelanggannya. Perusahaan jasa harus berupaya untuk mempertahankan

kualitas pelayanan yang unggul melebihi pesaing untuk memperoleh dan mempertahankan kepuasan pelanggan, (Al-Rousan *et al.*, 2010). Zafar *et al.* (2012) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Perusahaan dituntut untuk dapat memberikan produk jasa yang berkualitas, dengan harga bersaing serta penyerahan lebih cepat untuk dapat berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif daripada pesaing. Wanguespack *et al.* (2007) dan Tidichumrenporn *et al.* (2010), menyatakan bahwa kualitas pelayanan dari sebuah jasa tidak dapat dikesampingkan, karena dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dalam memperoleh pelanggan dan kepuasan dari pelanggan. Perusahaan berharap bahwa kepuasan pelanggan menciptakan perilaku pelanggan yang dapat membantu perusahaan untuk menciptakan komunikasi yang lebih efektif. Salah satu alternatif yang dapat memberikan solusi bagi perusahaan adalah pemasaran *word of mouth*. *Word of mouth* menjadi salah satu bagian strategi yang dimiliki perusahaan dalam memenangkan pelanggan serta menghubungkan perusahaan dengan pelanggan. *Word of mouth* ini biasanya cepat diterima sebagai referensi karena pelanggan jasa biasanya sulit mengevaluasi jasa yang belum dirasakannya sendiri (Lovelock & Wirtz, 2011).

PT. Sarana Dewata Courier atau yang lebih dikenal dengan SDC merupakan salah satu perusahaan jasa titipan kilat atau ekspedisi di kota Denpasar yang beralamat di Jl. Bungtomo 32 Denpasar. Persaingan yang ketat dibisnis jasa titipan kilat atau ekspedisi, menuntut perusahaan memberikan pelayanan yang berkualitas dengan harga bersaing, terjaminnya keamanan baik proses maupun

akhir jasa, dan peyerahan lebih cepat kepada pelanggan untuk memenuhi keinginan serta harapan pelanggan. PT. Sarana Dewata Courier diusia yang masih muda, telah mampu menunjukkan eksistensinya berdiri sejajar dengan 14 perusahaan ekspedisi besar di Bali. Pencapaian target SDC ini selaras dengan komitmen pelayanan manajemen dan karyawan SDC kepada pelanggan yang tepat jumlah, tepat sasaran, dan tepat waktu (Bisnis Bali, 2014). Tingkat persaingan yang tinggi menuntut perusahaan merumuskan strategi pemasaran yang kompetitif, selain melalui media cetak salah satu strategi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan PT. Sarana Dewata Courier adalah *word of mouth*.

Sawitri *et al.* (2013) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan merupakan faktor keberhasilan dari suatu perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing. Kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya *word of mouth*. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan yang akan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Berikut adalah hipotesis yang disusun berdasarkan kajian yang dilandasi literatur yang mendukung, sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sarana Dewata Courier Denpasar

H2 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* pada PT. Sarana Dewata Courier Denpasar

H3 : Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* pada PT. Sarana Dewata Courier Denpasar

H4 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada PT.

Sarana Dewata Courier Denpasar

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan yang bersifat asosiatif. Lokasi penelitian dilakukan di PT. Sarana Dewata Courier yang beralamat di Jl. Bung Tomo 32 Denpasar, dengan pertimbangan PT. Sarana Dewata Courier berlokasi ditempat strategis yaitu kota Denpasar yang merupakan ibukota provinsi Bali dan merupakan kawasan padat penduduk dengan jumlah penduduk mencapai 3.890.757 (Bali dalam Angka, 2013) serta letak perusahaan yang berdampingan langsung dengan pesaing sehingga memerlukan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan. Sejumlah 130 responden dipilih sebagai sampel penelitian dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dalam metode penentuan sampel. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarkan secara langsung kepada responden dan dijawab sendiri oleh responden. Adapun variabel yang diteliti dalam penelitian ini dijabarkan melalui definisi operasional variabel, sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan (X)

Kualitas pelayanan (X) merupakan gambaran dan karakteristik dari jasa PT. Sarana Dewata Courier Denpasar yang terlihat atau dirasakan dari kemampuan perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan. Indikator dari kualitas pelayanan adalah titipan barang sampai kepelanggan tepat waktu, pelayanan yang diberikan perusahaan sesuai dengan yang

dijanjikan, respon karyawan yang cepat terhadap kebutuhan pelanggan, ketanggapan karyawan terhadap masalah yang dihadapi pelanggan, terjaminnya keamanan barang selama proses pengiriman, waktu operasional perusahaan yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, kondisi fisik perusahaan berupa area parkir yang luas serta ruang tunggu yang nyaman.

2. Kepuasan pelanggan (Y_1)

Kepuasan pelanggan (Y_1) merupakan perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh pelanggan terhadap evaluasi antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual yang dirasakan pelanggan PT. Sarana Dewata Courier Denpasar sebagai hasil perbandingan kinerja produk yang dipersepsikan dengan yang diharapkan. Indikator dari kepuasan pelanggan adalah pelanggan merasa kualitas pelayanan yang diharapkan sesuai dengan yang diinginkan, kebutuhan pelanggan terpenuhi terkait ketepatan waktu penyampaian titipan barang, dan secara keseluruhan pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan PT. Sarana Dewata Courier Denpasar.

3. *Word of mouth* (Y_2)

Word of mouth (Y_2) merupakan pernyataan yang disampaikan oleh orang lain selain perusahaan kepada pelanggan baik secara personal maupun non personal. Indikator *word of mouth* (WOM) adalah pelanggan akan menginformasikan hal-hal positif tentang jasa yang diterima di PT. Sarana Dewata Courier Denpasar, pelanggan akan merekomendasikan kepada

orang lain untuk menggunakan jasa perusahaan PT. Sarana Dewata Courier Denpasar, pelanggan memberikan masukan atau saran kepada perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

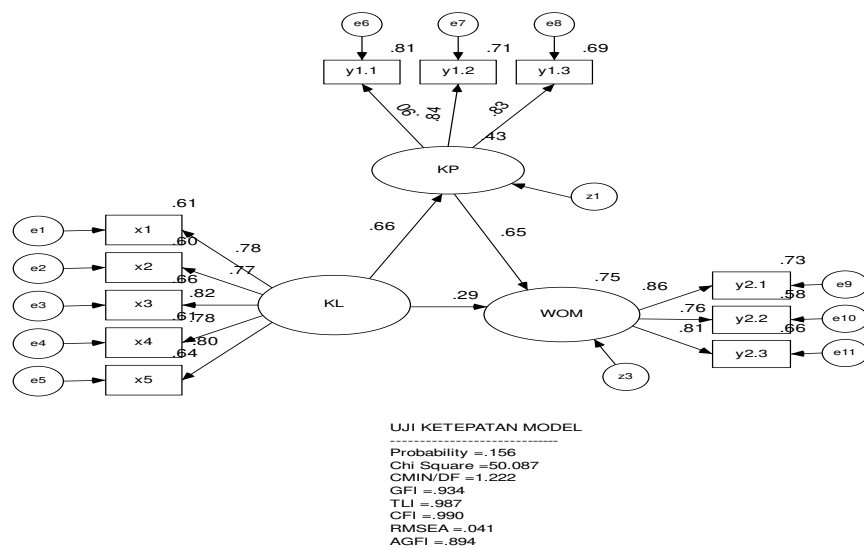
HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengelompokkan responden dalam empat kategori, antara lain responden berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan tingkat pendidikan. Ditinjau dari kelompok usia, responden usia 38 - 42 tahun merupakan kelompok usia yang paling banyak menggunakan jasa PT. Sarana Dewata Courier Denpasar dengan persentase 30 persen. Ditinjau dari jenis kelamin, diketahui bahwa responden laki-laki paling banyak menggunakan jasa PT. Sarana Dewata Courier dengan persentase 73 persen. Dilihat dari pekerjaan dapat diketahui bahwa wirausaha paling banyak menggunakan jasa PT. Sarana Dewata Courier dengan persentase 26,2 persen dan dilihat dari tingkat pendidikan S1 paling banyak menggunakan jasa PT. Sarana Dewata Courier Denpasar yaitu sebanyak 38 persen.

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap pernyataan - pernyataan pada kuisioner, didapatkan nilai *pearson correlation* terhadap skor total diatas 0,3 sehingga semua pernyataan yang terdapat dalam penelitian ini dinyatakan *valid*. Berdasarkan uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,6 sehingga seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan *reliable*.

Structural Equation Modeling (SEM) digunakan sebagai teknik analisis data yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung kualitas pelayanan terhadap *word of mouth* melalui kepuasan pelanggan.

Diterimanya masing - masing indikator yang digunakan untuk mendefinisikan variabel laten (konstruk) berdasarkan hasil estimasi model pengukuran yang dilakukan dengan teknik *confirmatory factor analysis*, maka estimasi dilanjutkan pada estimasi model persamaan struktural dengan teknik *full model analysis*. Estimasi ini ditujukan untuk melihat kesesuaian model dan hubungan kausalitas yang terjadi pada suatu hubungan yang berjenjang. Hasil estimasi model persamaan struktural dalam penelitian ini adalah seperti pada Gambar 1



Gambar 1
Model Persamaan Struktural pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap
***Word of Mouth* melalui Kepuasan Pelanggan**

Hasil uji kesesuaian (*goodness of fit*) model pengaruh kualitas pelayanan terhadap *word of mouth* melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* disajikan pada Tabel 4

Tabel 4.
Goodness of Fit Indexes Model

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut of Value</i>	<i>Hasil Model</i>	<i>Keterangan</i>
<i>Probability (P)</i>	≥ 0.05	0.156	Baik
<i>X²-Chi-Square</i>	< 56.942 (df=41, $\alpha=0,05$)	50.087	Baik
CMIN/DF	≤ 2.00	1.222	Baik
GFI	≥ 0.90	0.934	Baik
TLI	≥ 0.95	0.987	Baik
CFI	≥ 0.95	0.990	Baik
RMSEA	≤ 0.08	0.041	Baik
AGFI	≥ 0.90	0.894	Marginal

Sumber: Ferdinand (2002) dan Hasil Analisis SEM

Berdasarkan data pada Tabel 4 menunjukkan bahwa semua kriteria indeks *goodness of fit* bernilai baik atau mendekati baik (*marginal*) yang ditunjukkan dengan nilai *X²-Chi-Square* sebesar 50,087 dan *probability* lebih besar dari 0,05 yaitu 0,156. Indeks *AGFI* dengan nilai 0,894 berada dalam kriteria marjinal (mendekati baik). Selanjutnya indeks *CMIN/DF* dengan nilai 1,222, *GFI* dengan nilai 0,934, *TLI* dengan nilai 0,987, *CFI* dengan nilai 0,990 dan *RMSEA* dengan nilai 0,041, semuanya berada dalam kriteria baik. Indeks *TLI* dan *CFI* sangat dianjurkan digunakan, karena indeks ini relatif tidak sensitif terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi oleh kerumitan model (Ferdinand, 2002 : 76), sehingga model ini sudah memenuhi standar *goodness of fit* dilihat dari nilai *TLI* (*Tucker Lewis Index*) dan *CFI* (*Comperatif Fit Index*).

Analisis pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung dan pengaruh total dari variabel yang diteliti bertujuan untuk mengetahui kekuatan pengaruh antar konstruk, baik pengaruh langsung, tidak langsung maupun pengaruh totalnya. Hasil analisis program AMOS terhadap pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung dan pengaruh total dari masing-masing variabel yang diteliti disajikan pada Tabel 5

Tabel 5.
Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh Total
Kualitas Pelayanan terhadap *Word of Mouth* melalui Kepuasan Pelanggan
sebagai Variabel *Intervening*

Tipe Pengaruh	Konstruk	<i>Standardized Estimates</i>
Pengaruh Langsung	KL - KP	0.656
	KL - WOM	0.285
	KP - WOM	0.649
Pengaruh Tidak Langsung	KL - WOM	0.425
	KL - KP	0.656
Pengaruh Total	KL - WOM	0.711
	KP - WOM	0.649

Sumber : Hasil Analisis SEM

Pembahasan Hasil

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Sarana Dewata Courier Denpasar

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi ($p < 0,05$) dengan koefisien *standardized* sebesar 0,656 sehingga hipotesis diterima. Ini berarti kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Sarana Dewata Courier Denpasar telah mampu memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggannya.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan Aryani dan Rosinta (2010), Rizan dan Andika (2011), Akbar dan Parves (2009), Kumar *et al.*

(2010), Istianto (2011), Resihono (2011), Nataliza (2007), Nazamudin (2009), Manulang (2008), Darsono dan Wellyan (2007), Rizan dan Andika (2011), Ulfah (2009), Lovenia (2012), Vandaliza (2007), dan Windarti (2012) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Word of Mouth* pada PT. Sarana Dewata Courier Denpasar

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth*, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi ($p < 0,05$) dengan koefisien *standardized* sebesar 0,285 yang artinya hipotesis diterima. Ini berarti kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh PT. Sarana Dewata Courier Denpasar telah mampu membuat pelanggannya melakukan WOM kepada pihak - pihak lainnya dengan cara merekomendasikan PT. Sarana Dewata Courier Denpasar, menceritakan hal-hal positif dan mengajak rekannya untuk menggunakan jasa PT. Sarana Dewata Courier Denpasar.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan Sweeney *et al.* (2006), Hasan (2010), Saputra (2010), Babin *et al.* (2005) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap *word of mouth*.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap *Word of Mouth* pada PT. Sarana Dewata Courier Denpasar

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis, menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth*, yang

ditunjukkan oleh nilai signifikansi ($p < 0,05$) dan koefisien *standardized* sebesar 0,649 yang artinya hipotesis diterima. Ini berarti jika semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan PT. Sarana Dewata Courier Denpasar maka pelanggan PT. Sarana Dewata Courier Denpasar akan melakukan WOM kepada rekan-rekannya dengan cara selalu merekomendasikan PT. Sarana Dewata Courier Denpasar, memberikan rekomendasi yang positif dan mengajak rekannya untuk menggunakan jasa PT. Sarana Dewata Courier Denpasar.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan Luo dan Hamrug (2007), Aslam *et al.* (2011), Matos dan Rossi (2008), Rosiana (2011), Walsh dan Mitchell (2008), Nindhira dan Fendy (2013), Wangenheim dan Bayon (2007), Shirsavar *et al.* (2012) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap *word of mouth*.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Word of Mouth* melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening* pada PT. Sarana Dewata Courier Denpasar

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis, pengaruh kualitas pelayanan terhadap *word of mouth* melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada PT. Sarana Dewata Courier Denpasar memiliki hasil yang positif dan signifikan. Tabel 2 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* melalui kepuasan pelanggan yang ditunjukkan dengan nilai pengaruh tidak langsung sebesar $0,425 > 0,285$ yang merupakan pengaruh langsung antara kualitas pelayanan dan *word of mouth*. Ini berarti bahwa PT. Sarana Dewata Courier Denpasar telah mampu memenuhi harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan,

sehingga dengan kepuasan yang dirasakan terhadap kualitas pelayanan pelanggan akan melakukan *word of mouth*.

Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian Chaniotakis dan Lympelopoulus (2009), Kasim dan Ismail (2009), Djati dan Darmawan (2004) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mereferensikan atau WOM melalui kepuasan pelanggan terlebih dahulu.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris, bahwa variabel kualitas pelayanan mempengaruhi *word of mouth* PT. Sarana Dewata Courier melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*. Penelitian ini dilakukan di kota Denpasar karena kota Denpasar sebagai ibukota provinsi Bali serta kawasan padat penduduk dengan mobilitas yang cukup tinggi. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh beberapa kesimpulan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan PT. Sarana Dewata Courier Denpasar.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* pada perusahaan PT. Sarana Dewata Courier Denpasar.
3. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* pada perusahaan PT. Sarana Dewata Courier Denpasar.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada perusahaan PT. Sarana Dewata Courier Denpasar.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan pihak manajemen PT. Sarana Dewata Courier perlu secara rutin memperhatikan kualitas pelayanannya, terutama dalam hal keandalan (*reliability*) dan ketanggapan (*responsiveness*) yang dari hasil penelitian memiliki nilai yang cukup berpengaruh terhadap kualitas pelayanan perusahaan serta membenahi kekurangan - kekurangan yang ada, seperti dimensi jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti fisik (*tangible*) agar kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tetap terjaga yang nantinya akan meningkatkan kepuasan dan intensitas *word of mouth* pelanggan PT. Sarana Dewata Courier Denpasar.
2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan model penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang mempengaruhi WOM selain variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang didukung dengan teori dan isu-isu terbaru. Peneliti selanjutnya juga diharapkan untuk memperluas ruang lingkup wilayah penelitian dan lokasi penelitian sehingga hasil penelitian dapat diimplementasikan secara umum.

REFERENSI

- Akbar, M. M. dan Parves, N. 2009. Impact of Service Quality, Trust and Costumer Satisfaction on Consumer Loyalty. *ABAC Journal*, Vol.29, No.1, h;. 24-38.
- Aryani, D. dan Rosinta, F. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 17 (2): pp : 114-126.
- Aslam, Saad; Ehtisham Jadoon ; Khalid Zaman dan Shehryar Gondal. 2011. Effect of *Word of Mouth* on Consumer Buying Behavior. *Mediterranean Journal of Social Siences*.2(3).
- Babin, Barry J; Lee Young-Ki ; Kim Eun-Ju, dan Mitch Griffin. 2005. Modeling Consumer Satisfaction and Word of Mouth: Restaurant Patronage in Korea. *The Journal of Service Marketing*. 19(3): h; 133.
- Chaniotakis, Ioannis E. dan Constantine Lymperopoulos. 2009. Service Quality Effect on Satisfaction and Word of Mouth in the health care industry. *Managing Service Quality*.19(2).
- Darsono, Licen Indahwati, Wellyan, A.Y. 2007. "Kontribusi Perceived Service Quality, Trust, Satisfaction dalam Membentuk Loyalitas Mahasiswa". *The 1st PPM Conference Of Management Research "Manajemen Di Era Globalisasi"*.
- Djati, S. Pantja dan Didit Darmawan 2004. Pengaruh Kesan Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Mahasiswa Pts Terhadap Minat Mereferensikan Kampusnya. *Jurnal Widya Manajemen dan Akuntansi*, Vol.4, No.2, Agustus, 190-204
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo
- Istianto, John Hendra dan Maria Josephine Tyra.2011. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Ketty Resto. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi*. 1(3): h; 275 - 293.
- Kartajaya, Hermawan. 2006. Hermawan Kartajaya Seri 9 Elemen Marketing on Service, Markplus & Co
- Kassim, N.M., dan S. Ismail. 2009. Investigating The Complex Driver of Loyalty In e-Commerce Setting. *Measuring Bussiness Excellence*: Vol. 13, No.1, pp 56-71

- Kumar, S.A., Mani, F.T., Mahalingam, S., dan Vanjikovan, M. (2010). Influence of Service Quality on Attitudinal Loyalty in Private Retail Banking: an Empirical Study, *IUP Journal of Management Research*, Vol.9, No.4, pp.21-38
- Lovelock, Christopher H., & Wirtz, Jochen. (2011). *Service marketing : People, technology, strategy (7th.ed)*. New Jersey : Prentice - Hall.
- Lovenia, Christiana Okky Augusta.(2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Jateng Cabang Utama Semarang). Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang
- Luo, Xieming & Homburg, Christian, 2007."Neglected Outcomes of Costumer Satisfaction". *Journal of Marketing*, April 2007
- Manullang, Ida. 2008. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT. Garuda Indonesia Airliner di Bandara Polonia Medan". Tesis. Sekolah Pasca Sarjana Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Matos, De Celso Augusto dan Carlos Alberto Vargas Rossi. 2008. "Word of mouth communication in marketing: a meta-analytic review of the atecedents and moderators. *Journal of the Academy Marketing Science*. 36: h; 578-596
- Nataliza, Diah. 2007. Survey Kepuasan Pelanggan Program Studi Manajemen Universitas Sriwijaya. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*. Vol.5, No.9, h: 86-96
- Nizamudin, Herry.2009. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 13(1), hal:59-67.
- Nindhira, & Fendy, S. (2013). "Hubungan antara Kepuasan Pelanggan dengan *Word of Mouth* pada Pelanggan Kecantikan London Beauty Centre". *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi* Vol.2. No.1
- Resihono, Legowo Dwi. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Hotel Kusuma Kartika Sari. *Jurnal Politeknosains*. 10(1), hal: 36-56
- Rousan, Al, M. Ramzi, dan Mohamed, B. 2010. Customer Loyalty and the Impact of Services Quality. The Case of Five Star Hotel in Jordan, *International Journal of Human and Social Sciences*, Volume 5(13): h; 886-892

- Rizan, Mohammad dan Fajar Andika. 2011. "Pengaruh Kualitas Produk dan kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pelanggan Suzuki Dealer Fatmawati Jakarta Selatan)". *Jurnal Marketing Q-MAN*, 1 (3): pp: 28-43.
- Rosiana, Desak Gede, 2011. Pengaruh E- Servqual Terhadap Nilai Pelanggan, Kepuasan dan Word of Mouth Communication Anggota Situs Jejaring Sosial Facebook. Tesis. Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Udayana. Denpasar
- Saputra, A. (2010). Analisis Pengaruh kepuasan, kualitas, dan experiential marketing terhadap word of mouth situs jejaring sosial facebook pada mahasiswa FE UNDIP Semarang (Skripsi). Universitas Diponegoro. Semarang
- Sawitri, Ni Putu, Kertiyasa Ni Nyoman dan Jawas Abbdullah. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Tegal Sari Accomodationdi Ubud. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan*, 7(1) pp 40-47
- Shirsavar, Hamidreza Alipour; Shahram Gilaninia dan Amin Mohamadi Almani. 2012. A Study of Factors Influencing Positive Word of Mouth in the Iranian Banking Industry. *Middle-East Journal of Scientific Research*. 11(4): h; 454-460
- Sweeney, J.C., Soutar, G.N., Mazzarol, T. 2006. Factors Influencing Word of Mouth Effectiveness: Receiver Perspectives. *European Journal of Marketing*. Vol.42. pp. 344-364
- Tidtichumrernporn, T., Janasak, S., Mutjaba, B.G., Khunsongkiet, P., Duangjai, N. dan Bhawanantechanon, N. 2010. Measuring the Satisfaction of Domestic and International Tourist Toward Lanna Cultural Tourism Product: A Study of Progress in Chiang Mai Walking Street Activities. *Journal of Business Studies Quarterly*, 1(3): h; 31-52
- Ulfah, Raudhah Maria. 2009. Analisis Variabel Pembentuk Kepuasan Konsumen pada Ritel Hipermarket di Depok. Tesis. Program Magister Manajemen Universitas Gunadarma, Jakarta.
- Vandaliza, Vivied. 2007. Studi Mengenai Kepuasan Pelanggan Sebagai Langkah Strategik dalam Membangun Minat Mereferensikan (Studi Kasus Pada Nasabah PT. Setia Karib Semarang). Tesis, Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro, Semarang.

- Walsh, Gianfranco and Vincent-Wayne Mitchell 2010. The Effect Consumer Confusion Proneness on Word of Mouth, Trust, Consumer Satisfaction. *European Journal of Marketing*. 44(6): h; 838-859
- Wanguespack, B., Rhoades, D.L. dan Tiernan, S. 2007. An Investigation Into Airline Service Quality Performance Between US Legacy Carriers and Their EU Competitors and Partners. *Journal of Air Transportation*, 12(2): h; 59-71.
- Windarti, Gusti Ayu Oka, 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk kantor Cabang Utama (KCU) Palembang, *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi* (JENIUS), Vol.2No.1, 2012. <http://www.news.palcomfech.com>
- Zafar, M., Zafar, S., dan Asif, A. 2012. Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: an Empirical Analysis of Banking Sector in Pakistan, *Information Management and Business Review*, Vol.4, No.3, pp. 159-167